

Т.Р. Лыкова  
(УГЛТУ, Екатеринбург)

## **МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ ПАТРИОТИЧЕСКОЙ ПОЗИЦИИ У БАКАЛАВРОВ ТУРИЗМА В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ КУРСА «КРАЕВЕДЕНИЕ»**

Современное российское общество остро осознает необходимость решения проблем воспитания молодежи, особенно связанных с реализацией таких целей воспитания, как формирование гражданственности, патриотизма и нравственности. Последнее десятилетие отмечено такими социокультурными процессами, как размывание ценностно-мотивационного ядра национального самосознания, вытеснение на его периферию патриотизма. Поэтому уже сейчас представляются чрезвычайно актуальными изучение и использование различных моделей формирования патриотической позиции студентов в конкретных образовательных учреждениях [1].

Патриотическое воспитание молодёжи – приоритетное направление современной образовательной политики. Это нашло отражение в нормативно-правовых документах: Федеральном законе РФ «Об образовании», Национальной доктрине образования Российской Федерации до 2025 г., Концепции патриотического воспитания граждан Российской Федерации. Министерством образования и науки РФ утверждена Государственная программа «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2011–2015 годы».

Особенно значима проблема патриотического воспитания студентов – будущих специалистов в области туризма (направление подготовки 100400 «Туризм», квалификация «Бакалавр»), которым предстоит участвовать в диалоге и взаимодействии культур. Курс краеведения обладает уникальной возможностью объединить население края, и прежде всего молодых людей, на общечеловеческой и гуманистической основе с помощью собранных краеведческих ресурсов и средств. Для реализации воспитательного потенциала краеведческой деятельности необходимо, чтобы будущий специалист данного направления осознавал себя в качестве культурно-исторического субъекта в спектре культур страны и региона, обладал способностью сопоставлять, анализировать, оценивать уровень и качество литературы, искусства и факты по истории своей страны, разбирался в современной непростой для России ситуации, умел адекватно реагировать на различные политические и экономические реформы, конфронтации, принимать участие в культурно-духовных дискуссиях. Поэтому в содержании курса краеведения на первый план выступает формирование у студентов патриотической позиции, что выражается в развитии критического мышления, интереса к изучению прошлого, воспитание

гордости за свершения предков, стремления сохранить и приумножить достояние прошлого.

В то же время, комплексный анализ современных исследований и практики по проблеме патриотического воспитания позволил выявить ряд противоречий между:

- наличием социального заказа на формирование патриотической позиции молодёжи и отсутствием термина «патриотизм» в ФГОС по направлению подготовки «Туризм» (100400), квалификация «Бакалавр»;
- необходимостью повышения эффективности процесса формирования патриотической позиции молодёжи и неразработанностью понятий «патриотизм», «патриотическая позиция»;
- востребованностью педагогического потенциала высших учебных заведений в формировании патриотической позиции студентов и недостаточной разработанностью методического обеспечения в этой области.

Указанные противоречия обозначили проблему исследования, которая заключается в разработке методики формирования патриотической позиции у бакалавров туризма на материале курса «Краеведение».

На основе анализа философских и психолого-педагогических исследований Вырщикова А.Н. [2], Захарова Н.А. [3], Лутовинова В.И. [4] и др. определены показатели сформированности патриотической позиции: эмоционально-мотивационный, когнитивный, поведенческий, оценочно-рефлексивный, уровневые характеристики которых представлены в таблице.

#### Характеристика уровней сформированности патриотической позиции у студентов – будущих специалистов в области туризма

Показатели	Уровни
<p>Эмоционально-мотивационный (сопереживание, доброта, дружелюбие).</p> <p><i>Критерии:</i> отношение к нравственным и историческим ценностям региона; потребность в дальнейшем совершенствовании краеведческих знаний; характер мотивации и активности в освоении краеведческих знаний; ценностные ориентиры</p>	<p><i>Высокий</i> – общественная мотивация и преобладание положительных эмоций в процессе овладения знаниями по истории края. Внутренняя мотивация студента направлена на приобретение глубоких знаний содержания таких базисных понятий, как «патриотизм», «Родина», «Отечество», «героизм», «долг перед Родиной» и утверждение в их значимости.</p> <p><i>Средний</i> – социальная мотивация, наличие отрицательных и положительных эмоций с преобладанием последних в процессе овладения знаниями по истории края. Осознается значимость приобретения глубоких знаний содержания таких базисных понятий, как «патриотизм», «Родина», «Отечество», «героизм», «долг перед Родиной», однако внутренняя мотивация развита недостаточно; осознание студентом своей роли и предназначения носит непостоянный характер; сочетание четкой патриотической позиции с невозможностью привести аргументы в ее пользу.</p>

Продолжение таблицы

Показатели	Уровни
	<p><i>Низкий</i> – отсутствие мотивации и преобладание отрицательных эмоций в процессе овладения знаниями по истории края. Отсутствует устойчивый интерес на приобретение глубоких знаний содержания таких базисных понятий, как «патриотизм», «Родина», «Отечество», «героизм», «долг перед Родиной», к ее истории, истории края и особенностям развития общества и государства; осознание студентом своей роли и предназначения имеет слабо выраженный характер. В низкой степени проявляется бережное отношение студента к родной культуре, к традициям своей страны, ее природе</p>
<p>Когнитивный (знание истории края, его роли в истории России).  <i>Критерии:</i> полнота, системность, конкретность, прочность и осознанность краеведческих знаний</p>	<p><i>Высокий</i> – базовые знания достаточны. Студент имеет глубокие знания содержания таких базисных понятий и категорий, как «патриотизм», «Родина», «Отечество», «героизм», «долг перед Родиной», положительное отношение к этим понятиям, убеждение в их значимости, готовность и способность отстаивать общественно и личностно значимые идеалы.</p> <p><i>Средний</i> – владение элементами базовых знаний. Студент имеет достаточно хорошие, но неполные знания о сущности понятий «патриотизм», «патриот», «Отечество», «долг перед Родиной», однако данные знания не соотносятся с реальностью, оставаясь на уровне только общих умозрительных представлений, не проявляясь в суждениях. Студент знаком с основными этапами истории края, но не всегда может выявить причинно-следственную связь между событиями, знания носят несистемный характер.</p> <p><i>Низкий</i> – базовые знания ограничены. Знания о сущности понятий «патриотизм», «патриот», «Отечество», «долг перед Родиной» весьма поверхностны, наблюдается негативное отношение к этим знаниям. Студент слабо знаком с основными этапами истории Урала. Пассивное отношение к вопросам патриотизма, отсутствие четкой патриотической позиции. Исторические и краеведческие знания занимают одно из последних мест в общем объеме знаний, воспринимаются как необязательные</p>
<p>Поведенческий (готовность проявлять патриотические чувства, стабильность их выражения).  <i>Критерии:</i> активности в различных формах краеведческой деятельности; уровень владения основными навыками краеведческой, участие в социальных проектах</p>	<p><i>Высокий</i> – знание и применение норм и правил патриотического поведения, проявляется самостоятельность в незнакомых ситуациях. Высоко развито стремление к самореализации через участие в мероприятиях патриотической направленности, в конкурсах, олимпиадах, социальных проектах. Студенты могут самостоятельно проводить краеведческие экскурсии.</p> <p><i>Средний</i> – эпизодическое применение норм и правил патриотического поведения, проявляется самостоятельность в поступках. При понимании необходимости и полезности деятельности общественной направленности, участие в этой деятельности носит ситуативный характер, нуждается в стимулировании со стороны.</p>

Окончание таблицы

Показатели	Уровни
	<i>Низкий</i> – отсутствие знаний о нормах патриотического поведения, низкая самостоятельность. Наблюдается пассивное потребительское отношение к общественному достоянию, проявляется стремление всячески уклониться от патриотически направленной деятельности, беспринципность, отрицательное поведение по отношению к природе, народному достоянию
Оценочно-рефлексивный (оценивание своего отношения к Родине)	<i>Высокий</i> – адекватная самооценка своего отношения, поведения, сопоставления себя с другими. <i>Средний</i> – завышенная самооценка своего отношения, поведения, сопоставления себя с другими. <i>Низкий</i> – заниженная самооценка своего отношения, поведения, сопоставления себя с другими

Результаты первичного опроса студентов позволили сделать вывод о недостаточном уровне сформированности патриотической позиции у студентов и необходимости проведения специальной работы по ее развитию. Учитывая это обстоятельство, была разработана программа формирования патриотической позиции у бакалавров туризма в процессе изучения курса «Краеведение», включающая три этапа.

На первом этапе («Эмоциональное вовлечение») решаются следующие задачи: вызвать положительный эмоциональный отклик на историю края у студентов; сформировать у студентов знания о значении края в культурной, общественной, экономической жизни народа. Для этого проводятся беседы, экскурсии, участие в фольклорных праздниках, просмотр и обсуждение видеозаписей. В частности, студенты просматривают видеозаписи из цикла «Большой Урал», «Хребет России», «Все чудеса Урала», «Урал куёт победу». Кроме того, проводится интеллектуальный конкурс, в котором вопросы посвящены истории края, фольклору и праздникам.

Второй этап («Познание») направлен на теоретическое осмысление истории края, формирование знаний о разных этапах истории края, дополняя эмоциональные впечатления первого этапа. На втором этапе используются следующие формы работы: лекции, экскурсии (в Екатеринбургский музей изобразительного искусства, Свердловский областной краеведческий музей, музей в Нижней Синячихе), круглые столы, изучение традиций народов Урала, конференции и семинарские занятия. Музей оказывает эмоциональное, информационное воздействие, приобщает студентов к материальным, культурным, духовным ценностям родного края, осуществляет патриотическое воспитание на примерах героической борьбы, подвигов, служения стране.

Экскурсии позволяют на практике ознакомить молодое поколение с природным наследием, историей и культурой родного края, развивать эстетические чувства, любовь к Родине, отзывчивость к высшим интересам духовности и нравственности.

На третьем этапе («Социальное творчество») решаются задачи активного, творческого вовлечения студентов в культурную жизнь региона. Студенты самостоятельно разрабатывают и проводят городские экскурсии, принимают участие в вузовских фестивалях, городских праздниках, в различных социальных проектах.

С целью выявления динамики уровней сформированности патриотической позиции у студентов нами были проведены первичный и контрольный опросы (до и после реализации программы на практике). Результаты опроса показали, что заметно возросло число студентов, которые достигли высокого (на 12 %) и среднего уровня (на 29 %), намного (на 41 %) уменьшилось количество студентов с низким уровнем сформированности патриотической позиции.

Данную тенденцию можно отметить и на занятиях при защите рефератов, докладов, диспутов, на экзаменах, факультативах и других видах интеллектуального труда. Студенты говорят о необходимости личного вклада в развитие региона, о личной ответственности, проявляют активную гражданскую позицию. Кроме того, студенты демонстрируют глубокие знания по истории края во время проведения научных конференций, составления городских экскурсий; аргументировано доказывают свою точку зрения на те или иные события. Свидетельством формирования патриотической позиции является также активное участие студентов в социальных проектах.

По результатам реализации разработанной методики можно сделать вывод, что курс «Краеведение», интегрирующий в себе многообразие форм учебной и внеучебной деятельности, может рассматриваться как базовый в формировании патриотической позиции у студентов – будущих специалистов в области туризма.

#### *Библиографический список*

1. Воспитание патриотизма: сущность, содержание, рекомендации. М., 1998.
2. Выршиков А.Н., Кусмарцев М.Б. Патриотическое воспитание молодежи в современном российском обществе / А.Н. Выршиков, М.Б. Кусмарцев. Волгоград, 2006.
3. Захаров Н.А. Патриотизм в системе ценностей современной молодежи / Н.А. Захаров // Ценностный мир современной молодежи: на пути к мировой интеграции. М., 1994. С. 82–88.



4. Лутовинов В.И. Патриотическое воспитание молодежи: концепция, программа, организационно-методические основы: пособие для педагогов, руководителей образовательных учреждений и организаторов работы с молодежью / В.И. Лутовинов. М., 2001.

Л.И. Атнашева  
(УГЛТУ, Екатеринбург)

## **ЗНАЧЕНИЕ ВИДЕОПРЕЗЕНТАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТА**

Основное назначение любого высшего учебного заведения – подготовка квалифицированного специалиста, способного плодотворно трудиться и конкурировать на выбранном поприще. Вуз дает набор знаний и навыков, необходимых в дальнейшей деятельности, но подчас у нас недооценивается понятие «позитивный имидж», такое значимое не только на работе, но и в жизни. Между тем имидж, как уникальное увеличительное стекло, позволяет наиболее полно и зримо проявиться деловым и личностным качествам человека. И никакая успешная деятельность немыслима без коммуникативно привлекательного образа.

Для того чтобы сформировать у студентов, помимо профессиональной компетентности, еще и притягательный, располагающий к себе имидж, на занятиях по курсу «Имиджелогии» проводится ряд интерактивных тренингов, направленных на формирование устойчивых представлений о том, каким должен быть современный специалист и российский бизнес в целом. Кроме этого студенты в течение семестра систематически выполняют творческие задания и тесты, помогающие им познать себя, раскрыть творческий потенциал, разобраться в продуктивных профессиональных стереотипах, отточить коммуникативную вербалику и в итоге создать самопрезентацию, главной функцией которой является «эффект самопредставления». Специалисты по имиджмейкингу считают, что во время самопрезентации, благодаря интенсивному восприятию, «включаются механизмы личного и социального взаимопритяжения»\*, что способствует выработке установки активного и эффективного сотрудничества внутри любого коллектива, студенческого или впоследствии – трудового. Занятие с использованием видеосъемки на тему: «Имидж и самопрезентация» значительно помогает достичь поставленных целей. Проведение его

---

\* Атнашева Л.И. Имиджелогия: методические указания для студентов очной и заочной форм обучения специальности 100103.65 «Социально-культурный сервис и туризм» – Екатеринбург: УГЛТУ, 2006. С. 16.